

Marken und KI

Wie Unternehmen ihre visuelle
Kommunikation neu denken

DAS INHALTS- VERZEICHNIS

» Hier geht's
direkt
zum Buch

Inhalt

1	Die Macht der Bilder	7
1.1	Bilder prägen Weltbilder – ein kurzer Exkurs	7
1.2	Bilder in der Marketing- und Unternehmenskommunikation – vom Dekor zum strategischen Werkzeug	15
1.3	Mediennutzungsverhalten und Wahrnehmung – wie sich unser Blick auf Bilder verändert hat	20
1.4	Demokratisierung der Bildproduktion	25
2	Starke Bildwelten im Branding	29
2.1	Markenbildwelten – eine Königsdisziplin im Realitätscheck	29
2.2	Sechs Punkte, die eine Marke erfolgreich machen	35
2.3	Die Definition einer Marke	41
2.4	So funktionieren Bildwelten	45
2.5	Wie werden Bildwelten definiert und erarbeitet?	50
2.6	Das VBW-Manual (Visual Brand World Manual)	69
2.7	Was Sie sonst noch über Bildwelten wissen müssen	87
2.8	Gründe, warum eine gute Markenführung scheitert und Markenbildwelten es schwer haben	92
3	KI-Bilder verstehen: Technologien, Möglichkeiten, Grenzen	101
3.1	Einleitung und Abgrenzung	101
3.2	Grundlagen von KI-Bildgeneratoren	111
3.3	Anwendungsbereiche von KI-Bildern im Marketing	133
4	Vom Prompt zum Bild – die Magie des richtigen Inputs	145
4.1	Prompting ist ein Prozess und doch kein Zauberspruch	145
4.2	Phase 1: Die Prompt-Pyramide mit den Basisinformationen	150
4.3	Phase 2: Das technische Cockpit	167
4.4	Phase 3: Referenzen-Input – Image-to-Image	190
4.5	KI hilft KI: Mit KI-Unterstützung zum perfekten Prompt	198

5	Der KI-Workflow von der Idee bis zur Abnahme	203
5.1	Der Kurationsprozess für ein KI-Bild	203
5.2	Die Workflow-Orchestrierung: der Multitool-Ansatz	205
5.3	Das Mindset: die Lust am Experimentieren	210
5.4	Wiederholbarkeit und Kontrolle: Mit wiederkehrenden Charakteren und konsistenten Looks arbeiten	213
5.5	Nachbearbeitung und Verfeinerung Ihrer KI-Bilder	229
5.6	Die Endabnahme: Qualitätskontrolle	234
6	Strategien im Umgang mit KI-Bildern	237
6.1	Einleitung	237
6.2	Erkennen und Akzeptanz von KI-Bildern	246
6.3	Alles beginnt mit Sensibilisierung	254
6.4	Verträgt sich Ihre Marke überhaupt mit KI-generierten Bildern?	266
6.5	Verantwortlichkeiten – Klarheit vor Kreativität	272
6.6	Die Konzeption	278
6.7	Prozesse, Workflows und Checklisten	299
6.8	Knowledge-Management	314
7	Recht in der Bildgestaltung	319
7.1	Warum rechtliche Aspekte unverzichtbar sind	319
7.2	Der große Unterschied zwischen Urheberrecht und Nutzungsrecht	320
7.3	Persönlichkeitsrechte und Datenschutz	336
7.4	Rechtliche Sonderfälle und Risikofelder	342
7.5	Markenrechtsverletzungen und Urheberrechtsverletzungen – wenn Bilder mehr zeigen als geplant	345
7.6	Vertragsgestaltung in der Bildproduktion	346
7.7	Rechtliche Besonderheiten bei KI-Bildern	351
	Index	354